

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dapat didefinisikan sebagai organisasi yang didirikan secara individu maupun berkelompok. Kegiatan yang dilakukan perusahaan dapat berupa kegiatan produksi maupun kegiatan distribusi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomis masyarakat (Fajriana dan Priantinah, 2016). Setiap perusahaan yang beroperasi pasti memiliki tujuan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka panjang perusahaan sendiri adalah menjadi perusahaan *Go public* sementara itu perusahaan *Go public* pasti akan selalu memperhatikan bagaimana cara memaksimalkan Nilai Perusahaannya (Labelaha dan Saerang, 2016).

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin tahun semakin mengalami peningkatan, hal ini bisa kita lihat dari semakin banyaknya perusahaan yang melakukan listing di Bursa Efek Indonesia, pada akhir tahun 2017 terjadi peningkatan jumlah perusahaan yang melakukan listing di BEI dari tahun sebelumnya yaitu dari 539 menjadi 555 perusahaan. Keadaan ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan juga mencerminkan adanya peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan indikator yang penting bagi sebuah perusahaan karena merupakan cerminan dari suatu kinerja perusahaan atau bisa dikatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan itu akan dijual (Harventy, 2017). Karena nilai perusahaan

merupakan komponen yang penting bagi perusahaan dalam menarik minat investor untuk menanamkan modal diperusahaan maka perusahaan bersaing untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Teori Keagenan membahas mengenai hubungan antara perusahaan sebagai agen dan pemegang saham sebagai *principal*. Dimana perusahaan (agen) bekerja untuk pemegang saham (*principal*) agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar mensejahterakan para pemegang saham. (Hermuningsih dan Wardhani, 2009). Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Bagi investor nilai saham yang tinggi merupakan indikator keberhasilan dari perusahaan dalam mengelola sumber dana yang ada diperusahaan sehingga investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan mengakibatkan harga saham mengalami peningkatan.

Pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan sejalan dengan adanya pelaksanaan CSR. CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Fajriana dan Priantina, 2016). Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, perusahaan tersebut akan mendapatkan respon baik dari masyarakat dan loyalitas konsumen kepada perusahaan akan semakin tinggi sehingga penjualan produk perusahaan akan semakin meningkat. *Corporate sosial responsibility (CSR)* merupakan salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan seperti yang diatur dalam Undang-undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan

yang mewajibkan perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya dasar hukum yang kuat sehingga pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan yang semula hanya pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) menjadi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*).

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Dhani dan Utama, 2017). Jika perusahaan mampu menghasilkan Laba yang tinggi maka kinerja perusahaan dianggap baik, hal ini akan membuat investor tertarik menanamkan modal di perusahaan karena salah satu alasan investor menanamkan modal adalah untuk mencari keuntungan dengan melihat laba yang tinggi tersebut. semakin banyak investor yang ingin menanamkan modal di perusahaan maka permintaan akan saham perusahaan meningkat, dan harga saham yang ada di perusahaan juga akan meningkat.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. artinya *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki rasio *leverage* yang lebih kecil.

Terdapat Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Wahab dan Mulya (2012), Evelyn dan juniarti (2015), Wardoyo dan Veronica (2013) menyatakan

bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Fajriana dan Priantinah (2016), Rosiana et. Al (2013), dan Agustina (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Studi empiris yang dilakukan oleh Lubis *et al.* (2017), Tauke *et al.* (2017), Farida et al. (2018) dan Lumoly *et al.* (2018) menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi Rahayu dan Sari (2018) menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh dengan nilai perusahaan. Prasetyorini (2013) menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi Antoro dan Hermuningsi (2018), Setiawati dan Lim (2018) dan Kurnia (2017) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan karena adanya ketidakkonsistenan pada beberapa hasil penelitian terdahulu terkait variabel penelitian yang memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menindaklanjuti penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Lim (2018) dimana yang membedakan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah objek yang digunakan yaitu *Consumer and Goods Industry* periode 2016-2018. Sedangkan penelitian Setiawati dan Lim (2018) menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian pada periode 2011-2015, selain itu penelitian ini menambahkan variable baru yaitu *Coreporate Sosial Responsibility* (CSR) yang sebelumnya tidak ada pada penelitian Setiawati dan Lim (2018).

B. Perumusan Masalah

Mengacu pada Latar Belakang Masalah yang ada maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), *Profitabilitas*, *Leverage* dan Nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI?
3. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI ?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI ?

C. Batasan Masalah

Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang diambil dalam penelitian ini menggunakan laporan tahunan perusahaan pada perusahaan *consumer and good industry* periode 2016-2018.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Profitabilitas*, *Leverage* dan Nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI
2. Untuk menguji Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI
3. Untuk menguji pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI
4. Untuk menguji pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang ada di BEI

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis: penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi literature Akuntansi dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran mengenai pengungkapan CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* dan Nilai Perusahaan.
2. Manfaat Praktik:
 - a. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan, khususnya dalam menghitung dan memperhatikan laba, hutang yang ada di

perusahaan melalui Rasio *Profitabilitas* dan *Leverage*. Hal ini sangat penting bagi investor untuk mengambil keputusan dalam menginvestasikan uangnya ke perusahaan tersebut. Selain itu, investor juga dapat melihat tingkat tanggungjawab social perusahaan tersebut melalui pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

b. Manfaat bagi dunia Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengungkapan CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* dan Nilai Perusahaan.

